

顧客の声を“活かせる形”にする整理シート

こらぼたうん | 読者登録特典 (1ページ)

記入日: _____

目的: 顧客の声を「感想」で終わらせず、気づき-仮説-次の行動に整理するためのシートです。

どんな場面で出た声か

いつ / どこ / 誰 / 文脈

解釈・仮説

本当に欲しいもの / 選ぶ基準 / ズレ

そのままの言葉 (事実)

発言 / 表情 / 行動

次に試すこと (小さく)

言い方 / 見せ方 / 順番 / 試作

気づき (観察から見たこと)

引っかかり / 安心 / 比較基準

社内で共有する一言

関係部署に伝えるポイント

共有先: 営業 企画 開発 販促 その他 ()

共有メモ:

書き方のコツ / NG-OK例

- ・『事実』は『実際に出た言葉 (いつ・どこで・何をしている時か)』
- ・『気づき』はその場の反応 (迷い・比較行動・表情) を含めて見る
- ・結論を急がず、まずは仮説として置く
- ・次に試すことは『小さく1つ』にする
- ・社内共有は『一文』で。関係部署ごとに伝え方を変える

NG: 『良いと思っていた』 OK: 『手に取ったが価格で迷い欄に戻した』

NG: 『反応が薄い』 OK: 『説明後の質問が出ず、比較対象の話が続いた』

NG: 『ニーズがある』 OK: 『 』な場面で困り、 『 』で代用していた』